

Volume 15 Nomor 1 Maret 2013

ISSN 1411-1438

Jurnal
**Manajemen dan
Kewirausahaan**



Diterbitkan oleh:
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
UNIVERSITAS KRISTEN PETRA-SURABAYA

Jurnal
Manajemen dan Kewirausahaan

Pemimpin Redaksi:

Eddy M. Sutanto

Wakil Pemimpin Redaksi:

Fransisca Andreani

Anggota Redaksi:

Thomas Santoso

Zeplin Jiwa Husada Tarigan

Augustinus Simanjuntak

Dewi Astuti

Liem Pei Fun

Sautma Ronni Basana

Njo Anastasia

R.R. Retno Ardianti

Bambang Haryadi

Pelaksana Teknis:

Sumarno

I Ketut Bagiatha

Alamat Sekretariat/Redaksi:

Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Gedung T 205, Surabaya 60236, Indonesia

Telp. (+6231) 2983147; Fax (+6231) 2983111

E-mail: redaksi.jmk@petra.ac.id

<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man>

<http://www.doaj.org/doi/func=openurl&issn=14111438&genre=journal&uiLanguage=en>

<http://garuda.dikti.go.id/jurnal/proses?q=manajemen+kewirausahaan+universitas+kristen+petra&tmp=>

Diterbitkan:

Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Petra - Surabaya

Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan telah terbit sejak Maret 1999 secara berkala sebanyak 2 (dua) kali dalam 1 (satu) tahun pada bulan **Maret dan September**.

Jurnal
Manajemen dan Kewirausahaan

DAFTAR ISI

SHOPPERS' LOYALTY IN PASAR DUKUH MENANGGAL SURABAYA <i>Anastasia Audrey Oenaryo dan Liza Agustina Maureen Nelloh</i>	1-10
PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN ANTARA PERUSAHAAN ASURANSI, BANK, EFEK, DAN <i>LEASING</i> PERIODE 2007-2010 <i>Nanik Linawati</i>	11-22
KETERLIBATAN KERJA SEBAGAI PEMEDIASI PENGARUH KEPERIBADIAN PROAKTIF DAN PERSEPSI DUKUNGAN ORGANISASIONAL TERHADAP KEPUASAN KERJA <i>Aurilia Triani Aryaningtyas dan Lieli Suharti</i>	23-32
PENGARUH <i>IDIOSYNCRATIC RISK</i> DAN LIKUIDITAS SAHAM TERHADAP <i>RETURN</i> SAHAM <i>Werner R. Murhadi</i>	33-40
PENGARUH <i>MARKET ORIENTATION</i> TERHADAP <i>SERVICE QUALITY</i> , <i>SATISFACTION</i> DAN <i>LOYALTY</i> PELANGGAN TOKO BUKU GRAMEDIA DI JAWA TIMUR <i>FX Agus Subroto</i>	41-52
PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA BERBISNIS (Studi pada RM. Padang di Kota Malang) <i>Fauzan</i>	53-64
PENGARUH <i>STORE LAYOUT</i> , <i>INTERIOR DISPLAY</i> , <i>HUMAN VARIABLE</i> TERHADAP <i>CUSTOMER SHOPPING ORIENTATION</i> DI RESTORAN DEWANDARU SURABAYA <i>Fransisca Andreani, Monika Kristanti, Adiguna Yapola</i>	65-74
STRATEGI PENGEMBANGAN TANAMAN KEDELAI UNTUK PEMBERDAYAAN EKONOMI RAKYAT DI KABUPATEN KEEROM PROVINSI PAPUA <i>Yohanis Rante</i>	75-88
VALUASI EKONOMI EKOWISATA DENGAN MODEL <i>TRAVEL COST</i> DAN DAMPAKNYA TERHADAP USAHA KECIL PARIWISATA <i>Purwanto</i>	89-102

PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA BERBISNIS (Studi pada RM. Padang di Kota Malang)

Fauzan

Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang
Email: gus_zain2001@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh religiusitas terhadap etika berbisnis pada bisnis rumah makan Padang di Kota Malang. Jenis penelitian adalah survei. Populasinya adalah para pemilik rumah makan Padang di Kota Malang. Teknik pengambilan sampelnya adalah *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Secara parsial, dimensi ritual/syari'ah dan konsekuensi/akhlaq berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika berbisnis. Dimensi ideologi/akidah berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap etika berbisnis. Dimensi intelektual/ilmu berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap etika berbisnis. Dimensi religiusitas yang paling dominan mempengaruhi etika berbisnis adalah konsekuensi/akhlaq.

Kata kunci: Religiusitas, etika, etika berbisnis.

Abstract

The purpose of this research was to examine the influence of religiosity to ethics of business in the RM. Padang in Malang. This type of research was the survey. The population was the owners of RM. Padang in Malang and the sampling technique was simple random sampling. This research used multiple regression linear method. The result indicated that simultaneously all independent variables had a positive and significant effect to dependent variable. Partially, ritual/syari'ah and consequential/akhlaq dimension had a positive and significant effect to ethics of business. Ideology and Intellectual dimension did not have a positive and significant effect to ethic of business. The most dominant dimensions of religiosity that influenced business ethics was the consequential/akhlaq.

Keywords: Religiosity, ethics, business ethics.

PENDAHULUAN

Aktivitas bisnis saat ini tidak dapat dilepaskan dari aspek etika. Etika bisnis merupakan pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas berarti aspek baik dan buruk, terpuji atau tercela, dan oleh karenanya diperbolehkan atau tidak dari perilaku manusia. Moralitas selalu berkaitan dengan apa yang dilakukan manusia dan kegiatan ekonomis merupakan suatu bidang perilaku manusia yang penting (Kartawiria, 2004).

Kegiatan ekonomi yang banyak melibatkan kalangan profesional seringkali dianggap sebagai pemicu rusaknya berbagai tatanan kehidupan dalam suatu masyarakat. Plato (427-347 SM) sebagaimana ditulis oleh Bertens mengemukakan bahwa letak ibu kota negara yang ideal adalah yang cukup jauh dari pantai laut agar tidak menjadi pusat bisnis. Ketika ibu

kota suatu negara menjadi pusat bisnis, maka akan dipenuhi oleh para pebisnis. Para pebisnis akan menanamkan dalam jiwa manusia kebiasaan buruk untuk tidak setia dan menipu (Bertens, 2000). Kondisi tersebut dapat dihindari dengan mengembangkan kesadaran untuk menjaga moralitas dalam bisnis.

Pemahaman yang komprehensif mengenai etika dalam bisnis pada saat ini sangat penting. Gelombang reformasi 1997 membawa isu besar bahwa aspek-aspek etis dalam hidup masyarakat dan bernegara sudah amat memprihatinkan (Ludigdo & Maryani, 2001). Korupsi, kolusi, dan nepotisme merupakan masalah nasional yang memiliki konotasi etika yang kental. Aspek-aspek etis ini sebagian besar justru terkait dengan sektor ekonomi dan bisnis.

Perkembangan aktivitas ekonomi semakin cepat, termasuk dalam aktivitas usaha restoran, khususnya usaha rumah makan Padang. Rumah makan padang